

## 住み継ぐという住まい方の実現に向けた住情報支援に関する研究

主査 趙賢株\*1

委員 高田光雄\*2、大島祥子\*3、鈴木素子\*4、馬場正尊\*5

本研究は、公共と民間による住情報支援の現状と課題、住情報支援における公共と民間の役割を検討し、それらを元に住み継ぐという住まい方の実現に向けた住情報支援のあり方を探るものである。主な知見は以下の通りである。公共は、公共が持つ信頼性と中立性に基づき、中低所得者を対象にした居住支援的な情報提供や基礎知識の提供を、民間と公共+民間は、民間のブランド力に基づき、ある程度経済力を持つ層を対象にした個人の問題解決型支援を行っている。一方、公共は、公的な立場として個々のニーズには対応しきれない限界を持ち、民間と公共+民間は、事業性追求による情報の公平性の問題や情報の欠落の問題が生じている。今後、住情報支援における公共と民間の役割分担と連携を考慮しながら、住情報支援の体制を構築することが望ましいと考えられる。

キーワード：1) 住み継ぎ、2) 住情報、3) 既存住宅、4) リフォーム、5) 情報リテラシー

### A STUDY ON HOUSING INFORMATION SUPPORT FOR THE REALIZATION OF SUMITSUGI

Ch. Hyunju CHO

Mem. Mitsuo TAKADA, Sachiko OSHIMA, Motoko SUZUMORI, Masataka BABA

This study examines the current state and issues of the housing information as well as the role of the public and private sector in supporting housing information, and considers the way of supporting housing information for the realization of SUMITSUGI. Main results of this research are as follows. The public sector provides information on housing assistance and basic knowledge for low- and middle-income, based on the public sector's credibility and neutrality. The private and public & private sector, meanwhile, carry out a support that helps high-income to solve individual problems. However, The public sector, with the stance of being public, is limited in terms of the response to individual needs. The private and public & private sector also have problems on information fairness and loss, coming from the pursuit of profits. In the future, it is necessary to build a partnerships between the public and private sectors in supporting housing information, and to consider role assignments between them at the same time.

#### 1. 序論

##### 1.1 研究の背景と目的

日本では、本格的な少子高齢社会の到来、住宅ストックの量の充足など、社会経済情勢が著しく変化中、大量消費を前提としたフロー型社会から、価値あるものをつくり、長く大切に使うというストック型社会への移行が求められている。それに伴い、居住者の住まい方においても、居住者が入れ替わるたびに住宅の価値が減少していく従来の消費型の住まい方から、様々な居住者が「住み継ぐ」ことで住宅の価値が継続・増大していく住まい方への移行が期待されている。また、このような「住み継ぐ」という住まい方が実現されるためには、多様な居住ニーズに対応した住宅選択や住宅改修が出来るように、既存住宅の流通市場とリフォーム市場を整備・活性化することが不可欠になる。しかし、国際的な視点から日本の既存住宅市場やリフォーム市場を見ると、決して活性化しているとは言えない状況にある。既存住宅

流通シェアや住宅投資に占めるリフォーム費用の割合は、先進国に比べて低調である。

一方、日本の既存住宅市場やリフォーム市場が機能しない原因について、情報の非対称性の問題に加えて、日本人の新築重視の傾向、住宅メンテナンスやリフォームに対する意識の薄さが、多方面で指摘されている。さらに、筆者らの先行研究から、既存住宅の流通やリフォームを阻害する要因には、情報の不足の問題とともに、情報の入手、判断・検討における消費者のリテラシーの問題もあることが明らかとなった<sup>文1)文2)</sup>。

従って、「住み継ぐ」という住まい方の実現のためには、消費者が、望ましい住宅選択や住宅改修ができるように、必要な情報の的確に入手し、利用することを支援する必要がある。そこで本研究では、住情報を「住宅の建設・取得及びその後の維持・管理・リフォーム等に関する諸情報」と定義し<sup>注1)</sup>、住情報支援を「消費者が住情報を的確に入手し、利用することを支援するとともに、消費

\*1 京都大学大学院工学研究科 博士後期課程  
\*3 一級建築士事務所スーク創生事務所 代表  
\*5 株式会社オープン・エー (Open A Ltd.) 代表

\*2 京都大学大学院工学研究科 教授  
\*4 NPO 法人住宅長期保証支援センター 専務理事

者の住情報リテラシーを高めること」と定義する。

そして、既存住宅流通とリフォーム市場における情報の非対称性に着目し、「住み継ぐ」という住まい方の実現に向けた住情報支援のあり方について知見を得ることを目的とする。また、本稿では、住情報の支援者側に視点を置いて、住情報支援主体による住情報支援の現状や課題を明らかにする。そのために、まず、住情報支援主体を公共と民間に区分し<sup>注2)</sup>、①公共、②民間、③公共+民間による住情報支援の現状と課題を明らかにする。次に、住情報支援における公共と民間の役割とその関係について検討を行う。

## 1.2 既往研究と本研究の位置づけ

住情報と関連して、まず住宅購入者の住情報入手実態を把握した一連の研究がある。金川ら<sup>文3)</sup>、久保<sup>文4)</sup>、小林ら<sup>文5)</sup>、池永<sup>文6)</sup>は、それぞれ戸建て購入者、住宅取得経験者、分譲住宅購入者の住情報入手実態を把握し、事業者と購入者の間には情報交流が殆ど行われず、購入者にも住情報を選択する能力が求められていること、そのため購入者の判断をサポートする第三者的な相談窓口や住学習の充実が必要であることを指摘した。次に、住情報の提供側の情報提供実態を把握した研究としては、1990年代初に行われたベターリビングの研究がある<sup>文7)~9)</sup>。そこでは、消費者の住宅建設・購入に伴う消費者の適切な選択を支援する住情報提供体制のあり方を検討するために、住情報提供主体が提供している情報の内容と消費者の住情報入手実態を整理している。さらに、田中ら<sup>文10)</sup>は、47都道府県及び12政令指定都市における住情報サービスの現状を把握し、行政による既存の住情報業務の現状や課題を明らかとした。一方、これらの研究で扱う住情報は、主に新築住宅の購入や建設に関するもので、住宅消費者の消費行動を支援することを目的とした一般性の高いものである。本研究は、ストック型社会への移行が求められている今日、住情報を住み継ぎという新しい観点から位置付け、多様な住情報支援主体による住情報支援の現状や課題を明らかにし、住情報支援体制の整備に資する知見を得る研究と位置づけられる。

## 1.3 研究の方法

本研究の構成は、以下の通りである。

第2章では、まず、住み継ぎという住まい方の実現のために必要な住情報支援の要件について考察を行う。次に、現地調査や関係者へのヒアリングを行い、①公共、②民間、③公共+民間による住情報支援の現状と課題を明らかにする。①は、住宅政策等により公平・公正な支援を行う地方公共団体7団体の住情報支援窓口・施設を<sup>注3)</sup>、②は、民間事業者により設置された住情報支援施設2ヶ所を、③は、地方公共団体と民間事業者により設置

された住情報支援施設1ヶ所を調査対象にする。

第3章では、委員会の委員による提言をもとにしたワークショップ、京都市の京安心すまいセンター<sup>注4)</sup>のセンター長へのヒアリング調査を行い、住み継ぎの実現に向けた住情報支援における公的な住情報センターと民間事業者との関係や役割について明らかにする。

## 2. 住情報支援の現状と課題

### 2.1 住み継ぎという住まい方と住情報支援の要件

住み継ぎの観点から、住情報支援の要件を示すことで、調査事例の評価視点を明らかにしておく。住情報の支援は、居住福祉や居住基盤整備の住宅政策を進めていく上でも重要な要素である。一方、本研究で重点を置いているのは、市場の環境整備に向けた住情報支援である。つまり、消費者側に必要な情報を提供し、賢い消費者を育てることで、市場における情報の非対称性を緩和し、既存住宅流通市場やリフォーム市場の環境整備に役に立つ住情報支援のあり方を探ることにある。

また、住み継ぎの観点から住情報支援のあり方を考える上で検討すべきものとして、支援対象と支援内容が挙げられる。まず、支援対象については、自立を目指す住宅購入検討者、特に、既存住宅購入やリフォーム実施を検討する消費者が、主な支援対象になると考えられる。次に、支援内容は、個々の問題やニーズに対応する相談、住みづくりに必要な様々な情報の提供、基礎知識の取得や住情報リテラシーの育成を図る普及・啓発が挙げられる。

相談は、多様な個人の住情報ニーズに対応できる相談員の専門的中立性や相談の質の担保が求められる。情報提供は、住宅を建設・取得したり、リフォームを行う際に必要な各種の情報、例えば、物件情報、業者情報等が挙げられる。普及・啓発は、住情報リテラシーの向上と知識情報を充実させる学習機会の提供、特に、住宅の社会的価値を認識させる社会教育を含めた消費者教育が求められる。一方、相談、情報提供、普及・啓発のいずれでも、提供する情報に歪みや偏りがないように、公平・公正性を確保することが重要である。

2.2では、上述した支援対象と支援内容、そして情報の公平・公正性に着目しながら、調査事例の住情報支援の現状と課題を把握する。

## 2.2 地方公共団体による住情報支援の現状と課題

### 1) 調査事例の概要

表1に、調査した地方公共団体とそれぞれの団体で設置している住情報支援の窓口・施設(以下、窓口・施設)<sup>注5)</sup>の概要を示す。調査期間は、2013年11月~2014年6月であり、ヒアリング対象者は、窓口・施設の設置主体、運営に関わっている部署の関係者である。各地方公共団

体が運営している窓口・施設の数、2ヶ所の窓口を持つ横浜市以外は、全て1ヶ所の窓口あるいは施設を持っている。また、運営体制をみると、名古屋市（直営）と大阪市（指定管理者制度）以外は、それぞれの地方住宅供給公社に委託している。

表 1 調査事例の概要

設置主体	窓口・施設名		(運営体制) 運営主体
	ヒアリング対象者		
千葉市	住宅関連情報提供コーナー		(委託)千葉市住宅供給公社
	千葉市住宅政策課担当職員2名、千葉市住宅供給公社担当職員、住宅関連情報提供コーナー相談員		
世田谷区	住まいサポートセンター		(委託)(財)世田谷トラストまちづくり
	世田谷区都市整備部担当職員、一般財団法人世田谷トラストまちづくり担当職員		
横浜市	①「住まいるイン」内の相談コーナー		(委託)横浜住宅供給公社
	②「ハウスクエア横浜」内の住まい相談カウンター		(委託)NPO法人横浜市住宅リフォーム促進協議会
名古屋市	横浜市民建業局住宅政策課担当職員2名、横浜市住宅供給公社賃貸住宅事業部担当者2名		(直営)名古屋市
	名古屋市民宅都市局担当職員、住まい相談コーナー相談員		
群馬県	ぐんま住まい相談センター		(委託)群馬県住宅供給公社
	群馬県住宅供給公社担当職員4名(センター長、相談担当を含む)		
神戸市	神戸市すまいる安心支援センター		(委託)一般財団法人神戸すまいるまちづくり公社
	一般財団法人神戸すまいるまちづくり公社担当職員2名、元センター長		
大阪市	大阪市立住まい情報センター		(指定管理)大阪市住まい公社、アクティオ、京都科学共同事業体
	大阪市住まい公社担当職員4名(センター長、企画係長、相談担当係長を含む)		

## 2) 設立背景と経緯、住宅政策における位置づけ

各地方公共団体の住情報支援の窓口・施設の設置背景と経緯、そして地方公共団体の住宅政策における位置づけを調査し、その結果を表2に示す。

まず、設置背景や経緯を見ると、消費者保護の側面から、住宅消費者の住宅建設や住宅選択を支援する相談窓口や情報提供の拠点として設置されたケースが多いことが分かる(千葉市、群馬県、横浜市、名古屋市)。次に、各地方公共団体の住宅政策における窓口・施設の位置づけをみる。地方公共団体の住生活基本計画、住宅マスタープラン等に、窓口・施設の機能や役割が明確に位置づけられているのは、神戸市、大阪市のみである。窓口・施設の名称も確認できない事例(千葉市、世田谷区)もあり、殆どの地方公共団体において、住情報支援窓口・施設の位置づけが不明瞭であることが分かる。

## 3) 事業内容と特徴

表3に、各地方公共団体が運営している窓口・施設の事業内容を示す。また本文では、それぞれの窓口・施設名は、設置主体の地方公共団体名とする。ただ、2ヶ所の窓口を運営している横浜市は、「住まいるイン」内の相談コーナーを横浜市A、「ハウスクエア横浜」内の住まい相談カウンターを横浜市Bとする。それぞれの窓口・施設は、事業内容によって、住宅相談と情報提供を行うタイプI(千葉市、世田谷区、横浜市A・B、名古屋市)と、住宅相談、情報提供、普及・啓発を行うタイプII(群馬県、神戸市、大阪市)に分けることが出来る。タイプIとタイプIIの特徴は、以下の通りである。

タイプIは、常駐の相談員による一般相談と専門家による定期的な専門相談、そして公的賃貸住宅や高齢者、障害者世帯、ひとり親世帯の向けの民間賃貸物件に対する情報提供が主な事業内容である。委託先の施設(直営の名古屋市の場合、名古屋市の公的住宅の案内窓口)に、

表 2 窓口・施設の設立背景及び経緯、住宅政策における位置づけ

設置主体	設立背景及び経緯	
	住宅政策における位置づけ	
千葉市	千葉市マスタープラン(1995年3月)や千葉市住宅政策審議会第1次答申(1997年3月)を受け、良質な住宅建設や円滑な住まい選びを支援し、公的機関が的確に住宅関連情報を提供することで消費者保護を行えるよう、常設の住宅相談窓口を開設。	
	[2012年7月改定「千葉市住生活基本計画」]基本目標に「住まいを安心して選択できる相談体制の充実」を、基本施策に①安心居住に関する情報提供・住宅相談の充実 ②リフォームに関する情報提供・住宅相談の充実を挙げている。	
世田谷区	2006年3月に「世田谷区第二次住宅整備後期方針」をもとに、その基本目標である住まいに係る情報を収集・統合して発信する「住情報センター」の設置や、住まいに係わる区民専門家の育成、地域に開かれた住まいのコーディネート、安心住宅ネットワークの形成等が位置づけられた。これを受けて、2007年4月に、住まいづくりや居住の支援を支えるネットワークを構築する拠点として「住まいサポートセンター」を設置し、各種の住宅相談や高齢者等の居住支援事業等を実施。	
	[2011年3月「世田谷区第三次住宅整備方針」]基本方針に「みんなで進める愛着のもてる住まい・まちづくり」が挙げられており、それを支える施策として「住まいに関わる情報提供・教育・相談体制の充実」が提示されている。具体的な施策としては、①情報ネットワークづくり、②住まい・まちづくり学習機会の充実、③相談体制の充実と住まいに関する専門家等との連携が挙げられている。	
横浜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>●すまいるイン：2007年度に横浜市と特定協を結び、その協約に基づいて、2008年7月に開設。</li> <li>●ハウスクエア横浜：1989年12月、建設省(現国土交通省)住宅局施策「住情報交流拠点建設促進事業」の施設建設・運営を主たる目的として設立され、1995年に開館。横浜市も出資しており、開館当時から「相談カウンター」における相談業務を委託。</li> </ul>	
	[2012年3月「横浜市住生活基本計画」]基本住宅施策に「暮らしを支える住宅セーフティネットの構築」を挙げ、それを支える施策として「身近な場所での総合的な住情報の提供と相談体制の充実」を挙げている。そのため、①身近な相談・情報提供拠点の整備、②相談体制・情報ネットワークの形成、③住宅相談に応じられる人材の育成を推進するとして明記されている。特に、②においては、「ハウスクエア横浜(日本住情報交流センター)」「住まいるイン(横浜市住宅供給公社)」を中心として、様々な民間住宅事業者が連携する仕組みづくりを進めることで、相談機能と課題解決能力を高める」と位置づけられている。	
名古屋市	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1979年)栄地下街の栄市民サービスコーナー内に、「余暇と住まいの相談」を開設→(1990年5月)「余暇と住まいの相談」内に名古屋市「住まい相談コーナー」を開設→(1991年3月)栄市民サービスコーナー「住まい相談」と名称を変更→(2001年4月)「住まいの窓口」内に愛知県住宅供給公社の窓口を開設。</li> </ul>	
	[2011年3月「名古屋市住生活基本計画」]重点施策として「住情報案内ウェブサイトを」が挙げられている。また、「住まいのバリアフリー化の促進」について、「住まい相談コーナー」において専門員による増設相談を実施し、バリアフリー化を含むリフォーム等の相談を行っている」と位置づけられている。	
群馬県	群馬県住宅公社は、群馬県から住宅合理化推進事業(住宅相談等)を1982年から受託しており、群馬県住宅相談所においてこれを実施していた。近年での住宅相談は、専門的かつ多様化により、トラブルが目立つようになってきており、消費者の利益誘導型の民間企業における不信感が根強い状況にあった。このようなことから、住まいづくりを総合的に捉え、公共賃貸住宅・分譲住宅などの情報や住宅関連設備機器の体験・展示、住まいの疑似体験コーナー、住宅防犯コーナー等、あらゆる住情報の発信拠点となることを目的とし、2002年11月、群馬県住宅供給公社内に「ぐんま住まい相談センター」を開設	
	[2011年「群馬県住宅マスタープラン(群馬県住生活基本計画)」]基本目標には、「安全で安心な住まい・まちづくり」が挙げられており、「住宅相談・住情報提供」が主要な施策として位置づけられている。また、具体的な成果指標として「ぐんま住まい相談センター」の相談業務の件数を2010年度876件から2020年度2,000件まで上げることが設定し、今後、より県民が利用しやすいように活動内容を改善し、情報提供の拡充を図ることを位置づけている。	
神戸市	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1995年1月)阪神・淡路大震災が発生→(1995年6月)民間企業の協力のもと、神戸市住宅供給公社と「神戸・復興住宅メッセ」を開催→(1998年)神戸市すまいる審議会報告(仮称すまいる安全安心サポートセンターの整備を提言)→(2000年)神戸市すまいる安心支援センター開設(愛称を「すまいるネット」に決定)</li> </ul>	
	[2011年3月「神戸市住生活基本計画 2011～2020」]神戸市の住宅政策の重要な柱として、「住まい手への総合支援の充実と機能強化」が位置づけられている。また、施策の方向性において「すまいるネット」を核とした住まい手の総合支援が位置づけられ、そのための①すまいるネット基本業務の充実や、②今後、より強化していへばすまいるネットの機能を挙げている。また、住まい手の総合支援を実現するための成果指標として、すまいるネット総利用者数15,000人(平成32年)が設定されている。	
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1990年「大阪市総合計画 21」)「新しい居住魅力の創造」の中で、「都市居住を支援・促進するため、住宅に関する情報提供や相談業務を行うとともに、新しい都市居住スタイルの確立や市民の住意識の向上をはかる総合的なセンターを創造する」と位置づけ→(1991年)センター創設に向けた検討調査、基本構想策定調査、基本計画策定調査を学識経験者の参加のもとに進める→(1995年)大阪市住まい公社の中に住まい情報センター設立準備室を設立して、大阪市とともに開設に向けた準備業務を進める→(1999年11月)大阪市立住まい情報センターを開設→(2001年4月)住まいのミュージアムを開館</li> </ul>	
	[2010年2月「大阪市住宅審議会答申」]今後取り組むべき主要な施策として、「総合的な住情報提供プログラムの構築」が挙げられ、「社会経済情勢が大きく変化するなか、多様化・高度化する市民の住情報ニーズに的確に応えるため、福祉分野などに関連する住情報の提供や地域の住まい・まちづくり活動のネットワーク機能の強化など、これまでの住まい情報センターを拠点とした仕組みについて一層推進する必要がある」と位置づけられている。	

\*表の内容は、主にヒアリング調査の際に得られた意見や資料を元に筆者らが整理したものである(以下、同様)。住宅政策における位置づけについては、必要に応じてそれぞれの地方公共団体の住生活基本計画、住宅マスタープラン等を調べ、該当する内容を抜粋している。

表 3 調査事例の事業内容

		タイプⅠ. 住宅相談・情報提供				
設置主体		千葉市	世田谷区	横浜市 <sup>1)</sup>		名古屋市
窓口・施設名		住宅関連情報提供コーナー	住まいサポートセンター	A.「住まいのイン」内の相談コーナー	B.「ハウスクエア横浜」内の住まいの相談カウンター	住まいの相談コーナー
開設年度		1997年	2007年	2008年	1995年	1990年
事業概要	一般相談	(無料) 面談・電話	-	(無料) 面談・電話	(無料) 面談・電話	(無料) 面談・電話
	専門相談	(無料) 面談・電話	(無料) 面談・電話	-	(無料) 面談	(無料) 面談、予約制
	分野	住宅に関する専門的知識を必要とする相談(平成26年から開始)	住宅まちづくり総合相談、不動産、マンション、住まいの法律、登記	-	エコリフォーム、マンション管理	税金、設計、登記契約、住宅取引、リフォーム、マンション管理、法律
	物件情報	公的賃貸住宅の募集案内、民間賃貸住宅入居支援制度の案内・手続き(高齢者・障害者・生活保護・外国人・DV被害者世帯向け)	民間賃貸物件情報提供(高齢者、障害者世帯、ひとり親世帯向け)	住宅・施設紹介、あんしん入居の協力不動産店の紹介(高齢者向け)	-	あんしん賃貸住宅・マイホーム借上げ制度の情報提供(高齢者向け)
その他	分譲マンションの無料相談会・マンションセミナーの受付業務	高齢者・障害者・ひとり親世帯の住まいサポート	-	-	-	
人員体制		相談員2名	事務職4名	相談員3名	相談員3名	相談員3名
窓口・施設の様子						

タイプⅡ. 住宅相談・情報提供+普及・啓発

		群馬県	神戸市	大阪市
窓口・施設名		群馬県住まいの相談センター	神戸市すまいるの安心支援センター	大阪市立住まい情報センター
開設年度		2002年	2000年	1999年
事業概要	一般相談	(無料) 面談・電話	(無料) 面談・電話	(無料) 面談・電話
	専門相談	(無料) 面談、予約制	(無料) 面談、予約制	(無料) 面談、予約制
	分野	法律、不動産、建築	法律、資金計画、不動産取引、マンション管理、シックハウス対策、構造、高齢者	法律、建築・リフォーム、資金計画、分譲マンション(法律・管理一般)
	その他	出張相談会(年3回)	専門家派遣	連携機関による定期相談
情報提供	物件情報	-	公的住宅の募集案内、宅地建物取引業協会の窓口による民間住宅・不動産情報提供、神戸・すまいるナビ(高齢者向けすまいる探しサイト)の運営、高齢者向け住宅・施設情報	館内の情報端末コーナーによる賃貸住宅の物件情報検索。※同フロアの都市再生機構、大阪府宅地建物取引業協会の窓口によるUR賃貸住宅や民間住宅の情報提供
	業者情報	住まいづくりの登録業者紹介制度	建築士事務所・建設業者選定支援システム	-
	その他	センターのHP運営	センターのHP運営、機関誌「すまいるネット通信」発行(年4回)	センターのHPと住まいネットワークのポータルサイト運営、機関誌「あんじゅ」発行(年4回)
	普及・啓発	セミナー・講座	年3~4回を定期的に開催(センターの主催、他団体との共催(住教育の場合))	年60回以上を定期的に開催(センターの主催・後援、他団体との共催、連携団体との連携セミナー)
出前講座	-	耐震・マンション・高齢者の住まい・悪質リフォーム等をテーマとし、年50回以上開催	※講師は、センターの職員	毎年、講座のテーマと内容を決め、募集。平成24年は、13回開催、365名が参加 ※講師は、タイアップ事業者
住教育	小学校	小中高	小中高	小中高
その他	ライブラリー、各種設備機器、高齢者疑似体験の運営	ライブラリーの運営、耐震促進事業、マンション支援事業	ライブラリー、住まいのミュージアム(大阪くらしの今昔館)の運営、ホール・研究室運営等	ライブラリー、住まいのミュージアム(大阪くらしの今昔館)の運営、ホール・研究室運営等
人員体制		6名(相談員3名、兼任3名)	センター職員20名、相談員14名	センター職員27名(内、専任相談員5名)
窓口・施設の様子				

【凡例】—は、無し 1)「すまいるイン」は、相談業務の委託先である横浜住宅供給公社の施設であり、「ハウスクエア横浜」は、相談業務委託先であるNPO法人横浜住宅リフォーム促進協議会(以下、NPO)の事務局を担当する(株)日本住情報交流センターの所有施設である。「すまいるイン」では、委託の相談とともに、自主事業としての相談業務もやっている。まちづくり相談、マンション管理組合運営相談、ヨコハマ・ふい入居受け付けが行われている。「ハウスクエア横浜」では、同じ相談カウンターにおいて、横浜市の委託相談とともに、NPOの相談事業(住まいの派遣相談、建築相談(業者紹介))と(株)日本住情報交流センターの相談事業(住宅事業者紹介制度、資金計画相談、法律相談)が同時に行われている。

表 4 業者紹介に対する対応

窓口・施設名 <sup>1)</sup>	独自の紹介制度	対応方法	
		業者の属性	業者の属性
千葉市	無	リフォームの場合、(株)ホームプロ <sup>2)</sup> を紹介	名古屋
		ホームプロの加盟会社は、独自に設けた7つの加盟基準(資格、遵法、保険、実績、運用、業務別に定める基準、顧客満足)をクリアした会社のみ。書類審査と担当者の直接訪問、顧客へのヒアリング調査を行い、加盟を決定。区の住宅修繕業者あわせん制度を紹介	無
世田谷区	無	世田谷区と協定を結んでいる世田谷区住宅相談連絡協議会が選定した、住宅の増築・改築・修繕を行う区内業者	神戸市
横浜市A	無	不明	有
横浜市B	無	①NPO法人横浜住宅リフォーム促進協議会の建築相談(業者紹介)と②(株)日本住情報交流センターの住宅事業者紹介制度により業者を紹介	大阪市
		①は、NPO法人横浜住宅リフォーム促進協議会員の推薦登録者。新築やリフォーム、マンションリフォーム(専有部分)の設計や施工業者、②は、ハウスクエア横浜の出展会社。新築・リフォーム業者	
群馬県	有	住まいづくりの登録業者紹介制度による業者紹介 <sup>3)</sup> 所属業者団体等の推薦状が必要であり、2年間ごとに更新。建築、電気、給排水、畳、襖、屋根、鍵、塗装、造園、外構、設計事務所等の計110社が登録HPで検索可能	無

【凡例】—は、無し 1)表内の窓口・施設名は、設置主体の地方公共団体名とする。ただし、2ヶ所の窓口を運営している横浜市は、「すまいるイン」内の相談コーナーを横浜市A、「ハウスクエア横浜」内の住まいの相談カウンターは、横浜市Bとする。2)http://www.homepro.jp 3)ぐんま住まいの相談センターの自主事業

相談窓口を設置し、事業を行っている。支援対象は、事業内容からも分かるように、居住支援が必要な住宅確保要配慮者が中心となっている。また、共通的に、相談件数の減少、民間や類似の相談窓口の増加により、事業の見直し、予算縮小の対象になっていることが確認できる。

タイプⅡは、常駐の相談員による一般相談と専門家による定期的な専門相談、公的賃貸住宅の情報提供に加えて、宅地建物取引協会等の窓口による民間住宅や業者情報の提供、セミナー・講座の開催、住教育等の普及・啓発を行っている<sup>注6)</sup>。〇〇センターという別途の施設を設け、相談及び普及・啓発に必要なスペースやライブラリー、展示スペース等を確保している。支援対象は、居住支援が必要な住宅確保要配慮者から自立を目指している市民まで、全市民を対象にしている。

一方、住み継ぎという視点からみて、住まい手が既存住宅を買ったり、リフォームを行おうとする時に、最も困っている点は、信頼できる業者の選択である。それぞれの窓口・施設で行う業者紹介に対する対応を調べ、そ

の結果を表4に示す。窓口・施設の独自の業者紹介制度を持ち、業者情報を提供する事例は、群馬県と神戸市のみである。群馬県、神戸市とも、所属業者団体の推薦状、更新料の支払い、工事実績などの条件を挙げて、紹介業者の信頼性を確保している。一方、横浜市では、民間との相談体制・情報ネットワークの形成を促進し、相談機能や問題解決能力の向上を目指している。横浜市Bでは、一般相談では対応できない業者紹介ニーズに対して、委託先であるNPO法人横浜市住宅リフォーム促進協議会の建築相談（業者紹介）や「ハウスクエア横浜」を所有する（株）日本住情報交流センターの住宅事業者紹介制度を紹介している。市民にとっては、同じカウンターで、一般相談や民間による業者紹介サービスをワンストップで受けるメリットがある。しかし、横浜市と委託先の独自の事業の区切りが明確ではないため、委託先の事業との混同、公平性の問題が生じる恐れも高い<sup>注7)</sup>。

以上、公共による住情報支援の内容を住み継ぎの観点からみると、建築・リフォーム、不動産、法律などの専

表5 相談業務について

タイプⅠ

設置主体		千葉市	世田谷区	横浜市	
窓口・施設名		住宅関連情報提供コーナー	住まいサポートセンター	A.「住まいるイン」内の相談コーナー	B.「ハウスクエア横浜」内の住まいの相談カウンター
相談体制と相談員制	体制	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時2名）が一般相談と専門相談を両方担当 ●相談員3名（専任）	定期的な専門相談 常設窓口では、事務職の職員による相談受付のみを行う。専門相談は、区内の5ヶ所において実施。	常設の相談窓口 ●常駐の相談員（常時2名）が、高齢者住替えやあんしん入居事業に対する相談に応じる ●相談員3名（専任）	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時3名）による一般建築相談＋専門家による、週1・月1回の専門相談 ●相談員3名（専任）
	相談員の資格状況	有（建築士、宅地建物取引主任者）	-	無（市の嘱託経験、相談業務の経験者）	有（全員1級建築士）
相談者の特徴	相談件数 <sup>1)</sup>	一般485（電話240、来訪245）	専門666（来訪）	高齢者住み替え相談463、あんしん入居313	一般1,118 専門/マンション管理43、専門/エコリフォーム15
	相談者の特性	年収が200万円に満たない世帯が多く、低家賃の民間、公的住宅を探す方が中心	高齢者、障害者、ひとり親の利用を基本としており、やはり圧倒的に高齢者が多い	高齢者と、生活保護者・年金のみ・無収入の層が圧倒的に多い。一方で、高齢者住み替え相談の場合、持ち家層になるため、所得層が二分化している	60代以上の高齢者が多く、トラブルに関する相談が多い
	最近の傾向	専門的相談が減少し、生活弱者の相談が増加。また、高齢者のリフォーム会社選びの相談が増加	80代以上の超高齢者の住み替えに関する相談が増加	不明	不明
相談の担保	相談員の研修	無	無	有 <sup>2)</sup>	有 <sup>1)</sup>
	スキルアップのための工夫	引き継ぎ期間を2ヶ月もつげる。新聞等の情報媒体からの情報収集	住宅まちづくり総合相談の委託先である、まちづくりネットワーク（建築士の任意団体）の中で、自主的に3ヶ月に1回勉強会を開催	不明	不明
	相談マニュアル	無	無	無	無

タイプⅠ

タイプⅡ

設置主体		名古屋市	群馬県	神戸市	大阪市
窓口・施設名		住まいの相談コーナー	群馬県住まいの相談センター	神戸市すまいるの安心支援センター	大阪市立住まい情報センター
相談体制と相談員制	体制	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時2名）による一般相談＋専門家による月1～4回の専門相談 ●相談員3名（専任）	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時3名）による一般相談＋年9回～24回の専門相談＋年3回の出張相談会（専門相談） ●相談員3名（兼任）	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時4名）による一般相談＋専門家による月1～4回の専門相談＋専門家派遣 ●相談員14名（専任）	常設の相談窓口＋定期的な専門相談 ●常駐の相談員（常時3名）による一般相談＋専門家による月1～4回の専門相談＋各区役所におけるセンターの相談員の相談 ●相談員5名（専任）
	相談員の資格状況	無（3名とも名古屋市OBの実務経験者）	有（1級建築士、2級建築士）	有（1級建築士・消費生活相談員・融資相談員）	有（消費者生活アドバイザー、1級建築士、宅地建物取引主任者、マンション管理士、住宅ローンアドバイザー、インテリアコーディネーター等）
相談者の特徴	相談件数	一般2,252、専門289	一般941、専門128	一般5,486、専門97	一般5,046、専門447
	相談者の特性	高齢者が多く、市営、県営、高齢者住宅探しの低所得層が主な利用者	40代以上の人が多い。30・40代は、新築に関する相談が、60・70代は、リフォームに関する相談内容が多い。リピーターは、60・70代が目立つ	高齢者の住み替え相談、低所得層が多い	60代以上の高齢者と主な一次取得層である30代、40代が利用者の4割程度ずつを占めている
	最近の傾向	マンション相談が増加	トラブル後の相談が圧倒的に多く、賃貸住宅の返還、マンション管理、売買契約、リフォーム契約・施工に関する相談が多い	マンション管理の相談と高齢者の今後の住まいに対する相談が増加	賃貸借や分譲マンション管理に関する相談が、依然として多い。専門相談の中で一番ニーズがあるのは、分譲マンション
相談の担保	相談員の研修	無	無	無	有 <sup>3)</sup>
	スキルアップのための工夫	新聞等の情報媒体からの情報収集。必要に応じ各専門機関の研修会に参加。相談員間の情報共有・相談内容の回覧	各専門機関の研修会や勉強会への参加。必要に応じ、各相談業務の案件ごとに、職員間で検討。相談マニュアルを作成中。資格取得の助成制度	各専門機関の研修会や勉強会への参加。毎日、閉館後の勉強会を開催し、意見・情報交換を行う	各専門機関の研修会やセミナー、勉強会への参加。定期的に、ワーキング、ミーティングを開催し、意見・情報交換を行う
	相談マニュアル	無	作成中	無	有 <sup>4)</sup>

1) 単位：件。千葉市、世田谷区、横浜市A、群馬県、大阪市は、2013年の実績。また、千葉市の場合、専門相談を2014年からスタートしているため、相談件数が把握できない。2) 横浜市独自の登録制度（登録証の発行）があり、すまいづくりに経験が豊富な方が求められている。年2回研修を受けること、2年1回の更新の条件がある。3) 新規採用の相談員については、規程・マニュアル等の研修とともに、職場内研修（OJT）を行う。4) 開館当時から相談マニュアルを作成。2011年末に新マニュアルを完成。

門相談や普及・啓発、業者情報の提供などを行うことで、既存住宅の購入やリフォーム実施に必要な知識情報とアドバイスを提供していることが分かる。しかし、支援対象が全市民、その中でも住宅確保要配慮者が中心となり、既存住宅購入者やリフォーム実施者のための特化した住情報支援が十分に行われているとは言えない状況である。

#### 4) 相談事業について

表 5 に、相談事業の体制や相談員の属性、相談者の特徴、相談の質の担保のための工夫を示す。

##### (1) 相談体制、相談員の属性、相談者の特徴

まず、相談体制をみる。相談体制は、殆どが「常設の相談窓口＋定期的な専門相談」の体制をとっている。一般相談では、相談者が抱えている課題やその要点を整理し、自ら解決出来るよう助言や情報を提供する機能を、専門相談では、一般相談では対応できない専門知識やスキルを要する内容に対応する機能を果たしている。

次に、相談員の専門的中立性について検討する。一般相談を行う調査事例の殆どは、建築士、宅地建物取引主任者などの資格を持つ専門家、あるいは嘱託経験や実務経験があるものが対応している。専門相談は、各地方公共団体が連携している専門家団体の所属・推薦専門家が行っている。中立性については、公共という立場から当然保たないといけない条件である。一方、横浜市 B の例からみたように、民間との連携により情報提供を行う場合、そして民間に相談を委託する場合は、相談員の中立性を維持させるための徹底的な管理が必要と考えられる。

相談者の特徴を見ると、住宅確保要配慮者を対象とした事業内容が多いタイプ I の場合、相談者も低所得者、高齢者が多い。タイプ II は、低所得者や高齢者の相談が多いことは、タイプ I と同様であるが、最近、30 代、40 代の新築相談やその割合が増えている事例もある。

##### (2) 相談の質の担保

相談員の研修の有無、スキルアップのための工夫を調べた結果、相談員の研修を行っている窓口・施設は、横浜市 A・B と大阪市のみであった。一方、調査事例の殆どは、それぞれの相談員によって相談内容に違いがないように相談員同士で情報を共有したり、勉強会を自主的に行うことで、相談の質を担保している。また、具体的に相談マニュアルを用意している事例も一つあった。

#### 5) 抱えている課題

ヒアリング調査の回答から得られた、事業の展開における課題に該当する内容を、表 6 に示す。

##### (1) 多様化・高度化するニーズへの対応、情報の質の担保

市民のニーズが多様化、高度化することにより、それに対応できる職員の知識と経験が求められること、また、最近、インターネットの発展により、情報の量は増えて

表 6 抱えている課題

多様化・高度化するニーズへの対応	市民ニーズの多様化・高度化への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>相談ニーズの変化に対応し、専門相談の種別の割り振りを考慮する必要がある。電話での相談対応について、相手方の話の内容によって、各専門相談会等に割り振る事としているが、その内容を理解することが大変であり、応対する職員の知識と経験が必要である(群馬県)。</li> <li>ほぼ 14 年やっている中で、社会的に変わってきたことは、普通の人がネットを通じて、いろんな情報を手に入れやすくなったことは、スタートした時とは、全然違う。「中略」難しいのは、ネットとかでいるような情報を集める人は集めてきて、それを自分なりに組み立ててしまっ、かえって困っているみたい。それを選択したらいいかわからないとか、情報におぼれそうになっている人たちが多いのをまず救い出すところからまずスタートしないとイケないのが、一手間増えた(大阪市)。</li> </ul>
	相談の質、相談員のスキルアップに関する問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>相談者の質問について、どのように回答すれば、うまく解決できるのかは、経験的に分かると思うが、特にそれなりの個人の頭の中に入っているとか、そこがま問題である。人が変わると変わったり。(群馬県)。</li> <li>相談員の時間としては、相談者の前に立つ時間と、それをメンテナンスしていく時間というのが、両方要すると思う。要員を考える時、時間を考える時は、そういうメンテナンスの時間も含めた組み立て方をしていない、看板だけではやっていけない、というところがある。「中略」難しいのは、ネットとかでいるような情報を集める人は集めてきて、それを自分なりに組み立ててしまっ、かえって困っているみたい。それを選択したらいいかわからないとか、情報におぼれそうになっている人たちが多いのをまず救い出すところからまずスタートしないとイケないのが、一手間増えた(大阪市)。</li> </ul>
認知度と広報手段	低い認知度	<ul style="list-style-type: none"> <li>やはりどうやってお知らせするのは難しいところである(名古屋)。</li> <li>認知度が上がらないということ、広報手段がなかなかないということ。「中略」最初から最後まで認知度アップの話聞いた。出前講座の時とか、必ずまいるネット告知ですとか聞くと、何年経っても 1 割(神戸)。</li> <li>毎年特徴的な事件があるけど、いきなりセンターの相談が増えることはない。その理由の一つは、センターの知名度にあるかもしれない。例えば、耐震偽装が起こった、全国の消費者センターの相談は増えるのではないかとと思うが、センターには、そのまの知名度がない。そしてセンターでこのような相談が出来ると思う人が少ないかもしれない(大阪市)。</li> </ul>
	新規顧客への情報発信不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>現実的には、リピーターというか、固定客みたいになっているところがやはりある(神戸)。</li> <li>仕組みとして、メルマガ発信することによって、今、登録数が 1,600 人いるが、その人に一斉配信される。配信した時点で、チラシよりも早く申込みがある。だから、それがリピーターになっている。「中略」集客率は上がっているが、同じグループの中で、申し込まれている(大阪市)。</li> </ul>
住情報支援における公的機関の役割とその評価	公的・公的立場としての苦勞・苦界	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者の方がリフォーム会社をお探しの場合に、自身で探すことは難しいが公的窓口では特定の会社の紹介は出来ない為、直接役に立つことが出来ない(千葉)。</li> <li>特化した案内が難しい面がある。「中略」お客さんの要望があったとしても民間の物件を案内することはできない(横浜市・すまいるネット)。</li> <li>現状では、相談対応までに留まっており、斡旋(苦情等の相手方との交渉等)までは行っていないことから、結果として解決までのフォローアップに繋がりにくくなっている(群馬)。</li> <li>相談来られて困っていることを見るから、これですよと言えば良い。でもそれは出来ないものだから、あくまでもそういう道を行ったら良いのかという交通整理をして、こちらに相談したら良いということしか出来ない。せつかく来られて、役に立てるか(名古屋)。</li> <li>例えば、高齢者についても具体的に、あなたには、この施設が良いですよと言うところを、やはり相談者の方は、求めてるんですが、公的機関でもありません、そこまて言えないし、斡旋もしてない(神戸)。</li> </ul>
	国及び民間の住情報提供体制の整備、インターネット普及による影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>リフォーム紛争処理センターとかは、今になってこそ出てきたんですが、設立当初は、そういった団体さんがなくて、その受け皿をどうしようという話もあったわけだし、インターネットの普及もなかった時代なので、どこから情報を収集すればいいのかわからなかった時代なので、そういった方の声も受けてということもあるかもしれない。でも、今は、逆に、そういった国の機関とか、公的の機関が増え来ているので、なかなか千葉市としても、住情報提供窓口というのは、縮減、削減の対象にはなっていない。委託料が上がらない、予算が確保できない状態になっている。「中略」ワンストップで最後まで相談が出来れば良いですが、こういう状況です。やはり位置づけが中途半端になっている。(千葉)。</li> <li>横浜市内では、民間事業者が率先的にコンシェルジュ型の相談窓口を運用されている。形を変えれば、営業拠点になるので、線引きが非常に難しい一方で、どこまで公的部分をサポートするかという議論は、並行していく予定である。現実的には、財政的に厳しいこと、今は、個人の情報収集能力が非常に高くなっている。特に若い方。おそろ高齢者とかはある程度、情報の入手経路に限られる方に対する基礎的なサポートが必要でも、そもそも公的窓口は何を求めているのか、何を期待するか。今は、インターネットでも色んな情報が検索、検証できることになり、それを賢く使え分けられる人が増えていることだが、その人が増えてからやらなくても良いのかという時に、家にパソコンがない人はどうしようか、そういう問題も引き続き残るので、その優先順位とか、拠点の役割というのは見直しながら、「中略」気軽に安心して住情報を手に入れる仕組みを作るために果たすべき役割としての役割、民間に求める期待というものの整理は、これから少しずつ進めていこうかなという段階である(横浜市)。</li> <li>市の仲の議論でも今は web サイトの時代ではないかと。対面の相談については整理すべきではないかという議論がありまして、でもやはりパソコンを持ってない方とか、直接話した方が良い方もいます。「中略」名古屋でも事業仕分けということがあり、ここで良いのか、他に他にあるのではないかと、別に名古屋市に限らず市内で公的など無料でやっている窓口を調べた。重複してやっているところもある。市として何をすべきかという議論があった(名古屋)。</li> <li>セミナーがやはり、他のカルチャーセンターとかで整理整頓のことをやったりとか、「中略」なぜ大阪市がこういう仕事をするのかということの理由不足とか、なぜ京都市が、なぜ神戸市がやるのかの理論不足があるのではないかと。「(大阪市)</li> </ul>

いるが、溢れる情報の中で混同する相談者を救い出す手間が増えて苦勞している等の言及があった。また、相談員によって回答が変わる問題もあり、相談の質や相談員のスキルアップのためのメンテナンスの時間が必要であるが、日々の業務の中でその時間を確保するのが難しい、という指摘があった。

##### (2) 認知度と広報手段

認知度が低く、なかなか上がらない、リピーターが多いが、新規顧客に対する情報発信の方法、広報手段を確保するのがなかなか難しい等の問題が言及された。

### (3) 住情報支援における公的機関の役割とその評価

公共が持つ公的・中立的な立場のために、業者の紹介・斡旋のような、個別のニーズへの対応の限界について言及があった。また、近年、国及び民間の住情報提供体制の整備、インターネットの普及により、類似の相談窓口が増加し、個人でも情報が入手できる環境へ変わっている中で、窓口・施設の存在意味や住情報支援における公共の役割、位置づけが不明瞭で、それに対する検討が必要であることが言及された。また、その窓口・施設の存在意義と関連して、事業成果をどのように計るかを検討する必要があると指摘した。

## 2.3 民間及び公共+民間による住情報支援の現状と課題

### 1) 調査事例の概要と設立主旨・目的

表7に、調査事例の概要と設立趣旨・目的を示す。民間は、東京ガス株式会社の「OZONE」と(株)日本建築住宅センターの「住まいづくりナビセンター」を、公共+民間は、横浜市と東急不動産株式、東京急行電鉄株式会社等が設置した「ハウスクエア横浜」を調査した。調査期間は、2013年11月～12月である。ヒアリングは、各施設の館長を含め、運営の関係者を対象にした。

施設の設立主旨・目的をみると、民間の「OZONE」と「住まいづくりナビセンター」は、出資会社の社会貢献の取り組みの一つとして設置されていることが分かる。公共

表7 調査事例の概要と設立趣旨・目的

	(1) 民間		(2) 公共+民間
	OZONE	住まいづくりナビセンター	ハウスクエア横浜
設置主体	東京ガス株式会社	(株)日本建築住宅センター <sup>1)</sup>	横浜市、東急不動産株式、東京急行電鉄株式会社他
運営主体	(株)リビング・デザインセンター	一般財団法人住まいづくりナビセンター	(株)日本住情報交流センター
ヒアリング者	館長、商務取締役	センター事務局長、住まいのナビゲーター	(株)日本住情報交流センター営業部職員
開館日	1994年7月9日	2011年1月6日	1995年3月25日
所在地	東京都新宿区	東京都中央区	神奈川県横浜市
設立主旨・目的 <sup>2)</sup>	東京ガスグループと社会とのより良い信頼関係を確立していくための社会貢献事業として開設。住に関して総合的、中立的に相談に乗ってもらったり、情報を入手したりできる場が皆無であることから、生活者をサポートし、ひいては、日本の住文化の向上に資することが主旨	住まいづくりのコンサルティング及びITを活用した情報提供などを行うことにより、良質な住宅取得の促進とストック社会の形成を図り、もって国民の住生活の向上に寄与することを目的とする	建設省(現国土交通省)住宅局施策「住情報交流拠点建設促進事業」の施設建設・運営を主たる目的として設立
施設概要	3階～8階：住・インテリア情報・相談スペース、ショールーム、カフェ、オフィス、セミナールーム、住まいの照明体験ラボ	住まいのライブラリー、住まいの基本性能コーナー、長期優良住宅コーナー、相談ブース	住宅展示場、住まいの情報館(地下1階・地上4階：ショールーム、新築・リフォーム相談室、住まいづくり体験館、ホール・セミナールーム、住まいの相談カウンター、ライブラリー、オフィス)
施設の様子			

1) 大株主は、新日鐵株金株式会社、JFEチール株式会社、株式会社大森組、鹿島建設株式会社、積水建設株式会社、大成建設株式会社、株式会社竹中工務店等がある。2) 「Ozone」と「ハウスクエア横浜」は、ヒアリング調査の際に頂いた資料の中から、「住まいづくりナビセンター」は、会社の定款から抜粋

+民間の「ハウスクエア横浜」は、建設省(現国土交通省)住宅局施策「住情報交流拠点建設促進事業」により、公共である横浜市と民間の事業者が連携を取って設置したもので、日本初の総合住情報スクエアである。

施設概要は、主に住まいの相談を行う「住まいづくりナビセンター」を除く、「OZONE」と「ハウスクエア横浜」は、ショールームや住宅展示場を一緒に運営している。また、「OZONE」と「ハウスクエア横浜」は、ショールームや展示場の賃料が主な運営資金となる。

### 2) 事業内容と特徴

表8に、各施設で行っている事業内容を示す。自立を目指す住宅購入検討者が主な対象であり、住まいづくりに関する相談、個人の問題解決のための住まいづくりサポート、情報提供(業者紹介、ショールーム、展示場の運営)、普及・啓発を行っていることが分かる。

事業展開における特徴をみると、次の二つが挙げられる。一つ目は、単なる情報の提供から、ソリューション型の住情報支援へ、その内容が拡大している点である。消費者が要求するスペシャリストを配置し、個人のニーズや問題に具体的に対応する住まいづくりサポートプログラムを行っている。住み継ぎニーズに対しては、「既存住宅購入+リフォーム」の住宅購入者を対象に、不動産探しサポート、業者紹介、コンサルティング等、具体的な支援を行っている(表9)。一方、各施設で紹介する業者の属性をみると、「OZONE」は、登録資格・条件を満たす登録業者を、「住まいづくりナビセンター」は、センターの連携事業者を、「ハウスクエア横浜」は、ハウスクエア横浜の出展業者を紹介している。それぞれいくつかの登録条件を挙げることで、紹介する業者の信頼性を確保している。しかし、最終的に特定業者の情報を提供することになるため、複数の業者を公平にみて、その個人に最も確かな情報を提供しているとは言えない。

二つ目は、民間の企業ブランド力を基礎とした信頼性にもとづいて、ある程度の経済階層に対して住まいの質向上を支援している点である。表10をみると、3つの施設の利用者は、30代、40代の1次取得者、子育て世帯が中心であることが分かる。特に、ショールームや展示場を持っている、「OZONE」と「ハウスクエア横浜」の場合、利用者の多数は、高所得者である。「住まいづくりナビセンター」の場合、調査の結果からは、年齢層に対する回答しか得られなかったが、おそらく有料のサービスが利用できる、あるいはお金を払って情報を入手しようとする、住情報の必要性の意識が高い人が多いと考えられる。このように、民間のブランド力を活かした住情報支援は、高年収、住意識の高い人に対して、差別化された情報を提供する機能を果たしていると考えられる。

さらに表11に、相談と住まいづくりサポートのスタッ

表 8 事業内容

施設名	OZONE		住まいづくりナビセンター		ハウスケア横浜		
	料金	方法	料金	方法	料金	方法	
相談	分野	無料・有料(1万円/50～60分) ●無料：OZONE 家 design のメニュー相談（常時予約） ●有料：プラン・見積り相談、工事ポイント相談、インテリアポイント相談、照明ポイント相談、住まいづくり相談、資金相談	無料・有料(2千円/60分) ●無料：ナビゲーション（常時予約）、建築資金相談（月2回）、法律相談（月1回） ●有料：住まいのコンサルティング	無料	予約制・面談	無料	予約制・面談
	プログラム名	OZONE 家 design	住まいの計画書づくり	住まいづくり安心サポート			
住まいづくりサポート	料金	有料(5～40万円)	有料(5万円)	予約制、全3回・約5時間	無料	予約制、毎週金・土・日 各日5組	
	サポート内容	OZONE 住まいづくりコンサルタントが、新築、リフォーム、インテリアにおけるコース別コンサルティングを行う。各コースにプラスして上記の相談メニューや個別メニュー（不動産探しサポート、現場検査、内覧会立会い、建物調査・診断等）を組合せて利用可能	住まいのナビゲーターとともに、理想の住まいを具体的にイメージしながら、一冊のファイル「住まいの計画書」を作成	新築・リフォーム相談室の相談員が住まいづくり全課程（住まいづくりの要望や条件を整理→要望に合う建築会社の紹介と選定→候補会社の担当者との面談→各会社から設計プランと見積り金額の提示→比較検討→業者選定・契約）におけるコンサルティングに応じる			
	実績	(2012年) 家づくりサポート50件、デザインリフォーム&インテリア40件	年間50組ぐらい	年間相談件数 350～400件。その内、契約締結数は30～40件			
情報提供	紹介業者の属性	●OZONE 家 design の登録業者：登録資格・条件を満たす必要があり、年度ごとに登録継続手続き（有料）が必要。登録業者数は、2014年1月現在、建築家280組、工務店23社、工事会社32社、リフォーム会社50社 連携ハウスメーカー16社 ●CLUB OZONE スクエア・カタログライブラリーの登録業者：CLUB OZONE(法人)会員への入会が必要（有料）	住まいづくりのパートナー：住まいづくりナビセンターの連携事業者。平成25年12月現在、住宅メーカー9社、工務店7社、設計事務所7社、リフォーム会社12社	●ハウスケア横浜の出展業者：信用調査機関「帝国データバンク」に報告書を取り寄せ、その点数が40点を超える業者。2014年5月現在、出展業者は、住宅展示場24社、情報館24社 ●NPO 法人横浜市住宅リフォーム促進協会の会員が推進する登録者（新築やリフォームの設計や施工業者）			
		●OZONE 家 design の登録業者：OZONE 家 design の「紹介コース」による相談・紹介、館内の依頼先情報コーナーで閲覧、ホームページで検索 ●CLUB OZONE スクエア・カタログライブラリーの登録業者：館内の CLUB OZONE スクエア・カタログライブラリー（会員制）で閲覧、ホームページで検索	「住まいの計画書づくり」の利用後、住まいづくりのパートナーによる相談・紹介	●ハウスケア横浜の出展業者：相談カウンター、新築・リフォーム相談室の相談員による相談・紹介、ホームページで検索 ●NPO 法人横浜市住宅リフォーム促進協会の会員が推進する登録者：相談カウンターによる相談・紹介 ●館内のライブラリーでカタログ・企業PR誌を閲覧			
	実績	(2012年) 依頼先紹介サービス200件	パートナープログラム利用者数：「住まいの計画書づくり」の利用者の約2割程度	(2013年4月～12月9日) 新築・リフォーム相談室による紹介件数 130件			
	シールド・展示場の運営	ショールーム：30区画（約30～300㎡）。平成23年現在、家具29%、床材・建材21%、LDC自営18%、設備14%、フラック11%、キッチン7%			●住宅展示場：36区画（平均208㎡） ●ショールーム：30区画。平成26年5月現在、リフォーム34%、新築17%、インテリア14%、エクステリア9%、住まいづくり関連情報23%、カルチャー3%		
普及・啓発	対象・料金	消費者向け(殆ど無料)、プロ向け(全て有料)のセミナー	消費者向けのセミナー、殆ど無料		消費者向けセミナー、殆ど無料		
	内容	消費者向けの住まいづくりセミナーとライフアップセミナー、展示連動のセミナー、プロ向けのプロフェッショナルイベント、展覧会を年間を通じて開催	住まいのナビゲーターが同行する住宅展示場やショールームの見学会、住まいづくりのセミナー、住まいのナビゲーターを派遣する出張セミナー（有料）、リフォームに関するセミナー相談会		フェア（スプリングフェア、家づくり応援フェア、サマーフェスタ、オータムフェスタ、クリスマスフェア、新春フェア）、消費者向けイベント・セミナーの開催		
その他	実績(2012年)	イベント100件、消費者向けセミナー557件(参加者9,301名)、プロ向けセミナー148件(参加者3,429名)	見学会とセミナーは、それぞれ月4～5回程度、イベントは、3～4ヶ月1回程度、リフォームに関するセミナー相談会は、年4回開催		フェア10回、イベント・セミナー約400回		
	その他	ライブラリー、キッズコーナー、会員制度「CLUBOZONE」の運営	ライブラリー、通信添削型の住まいづくりサポートプログラム（有料）、住まい手とリフォーム事業者をつなぐポータルサイト「リフォーム評価ナビ」の運用		ライブラリー、キッズコーナー、ハウスケアドッグラン・ワンパークの運営		

フの属性を示す。3つの施設とも、資格を持つ専門家が相談を担当している。住まいづくりサポートの場合、実

務の経験を持つ専門家、あるいは現役の専門家(兼業)が、スタッフとして活躍している。一方、現役の専門家を採用している、民間の「OZONE」と「住まいづくりナビセンター」は、スタッフの専門的中立性を確保するために、自社に誘導しない、受注しないことを原則としている。

表 9 「既存住宅購入+リフォーム」のニーズとその対応

	「既存住宅購入+リフォーム」に対するニーズ実態 具体的な支援内容とメニュー
OZONE	*近年、マンションを買うのか既存住宅を買ってリフォームするかと悩む人が増加 「不動産探しサポート」：土地と建物の予算配分を行い、土地・中古物件を探す条件や優先順位を整理し、「計画概要書」をコンサルタントと一緒にまとめる。要望があれば、外部の不動産会社を紹介
住まいづくりナビセンター	*「住まいの計画書づくり」において、最近、若い層を中心に既存住宅を買ってリフォームをする人も増えている 「住まいの計画書づくり」メニューによるサポート：住まいの計画書づくり、業者紹介（不動産会社は、除外）
ハウスケア横浜	**2014年4月～12月9日までの「住まいづくりサポート」相談内容の内訳(総271組)：初期相談52組、新築36組、住宅購入29組(内、既存住宅+リフォーム28組)、リフォーム138組、その他8組 「住まいづくりサポート」によるサポート：住まいづくりに対する要望や条件の整理、既存住宅購入における注意点などのアドバイス。業者紹介（不動産会社は、除外）と業者選定におけるコンサルティング
*ヒアリングから得られた結果から、**内部の統計資料から	

表 10 利用者の特徴

	各施設で行う来館者調査の結果から* ヒアリングから
OZONE	・属性：30代と40代が5割超。東京都からの来館者が7割 ・来館目的：ザ・コンラッシュショウピング 32.9%、展示会・イベント 20.8%、新築・建築情報入手 19.3%、インテリアの選択 16.7%、リフォームのための情報入手 11.1% ・東京都心部の平均年収「750万円前後の「自分らしい暮らし実現志向の層」がOZONE共感層。こだわりが強く、家を建てる費用は、平均1戸当たり4千万～5千万円程度
住まいづくりナビセンター	利用者は、1都3県ぐらいの範囲。最も多いのは、リタイア前後と子育て世代。家族の間の意見調整が出来なくて来訪するパターンが多い
ハウスケア横浜	・属性：30代と40代が7割。周辺5区（都筑区、青葉区、宮前区、港北区、緑区）の高年層・ニーズの高いエリアが中心。来館者の3割が年収1000万超 ・住宅計画の意図：新築 25.8%、リフォーム 18.4%、建売購入 16.5% ・30、40代の1次取得者と50歳後半～60代のリフォーム・建替え層に二分化。高収入者が多い。セミナー参加者は、平均20名ほど、高齢者が多い
【凡例】-は、無し。*「OZONE」は、2012年11月～2013年1月の来館者調査結果。「ハウスケア横浜」は、「ハウスケア横浜出展のご案内、2013年12月」からデータを抜粋	

表 11 相談と住まいづくりサポートのスタッフについて

	相談員・スタッフの属性	中立性の確保のための工夫
OZONE	・相談員及びOZONE 家 design のスタッフ：OZONE 住まいづくりコンサルタント(ほぼOZONE の社員。2級建築士、インテリアコーディネーターの有資格者)と、連携のファイナンシャルプランナー、インスペクター、インテリアデザイナー(ほぼ兼業のスタッフ)	提携のインスペクター、インテリアデザイナーは、自社誘導しないこと、自分で受注しないことが原則。相談員が業者紹介を要求する時には、必ず他の業者を紹介
住まいづくりナビセンター	・相談員(委託)：ファイナンシャルプランナー、司法書士・家屋調査士 ・「住まいの計画書づくり」のスタッフ：住まいのナビゲーター。1級建築士の資格を有し、住宅設計、施工に関し経験があることが条件。ほぼ設計事務所を持つ兼業のスタッフ	住まいのナビゲーターの場合、意向の聞き出し方、家族関係の読みこみ方などの社内研修がある。また、相談中の自社誘導、受注が禁止され、パートナープログラムの時は、他の業者を紹介
ハウスケア横浜	・相談員(委託)：委託のファイナンシャルプランナー、弁護士 ・「住まいづくり安心サポート」のスタッフ：1級建築士1名、リフォーム会社とハウスメーカーでの実務経験者2名	横浜市独自の登録制度があり、横浜市の委託事業に関わる全ての相談員は、年2回研修を受け、2年1回の更新の条件がある

### 3) 抱えている課題

ヒアリング調査の回答から得られた、事業の展開における課題に該当する内容を、表12に示す。

#### (1) 事業の公平・公正性に対する信頼と認知度

民間の「OZONE」から、利用者側が、民間で無料のセミナーを行うことに対して不安を持つ場合がある、と言及した。一方、「住まいづくりナビセンター」は、本来、(株)



日本建築住宅センターの住生活事業部が運営していたが、利用者側に株式会社に対する不信任、違和感があり、一般財団法人を新たに作り、運営主体を替えた、という。また、認知度が低いこと、住情報支援施設としてのイメージが弱いことを課題として挙げている。

### (2) 事業の方向性、趣旨の変化への対応

民間の「OZONE」は、最大の課題として、2005年まで東京ガスの広報セクションが担当していたが、2006年に営業セクションに変わり、事業内容が公益的な社会貢献活動から事業性重視にシフトしていること、それに対する社員のマインドが変わりきれていないことを挙げた。また、公共+民間の「ハウスクエア横浜」は、設立当時は、公共との関係が密接で、中立的な住情報支援が出来たが、現在は、民間の株主との関係が強く、利潤を追求せざるを得ないことにシフトしている、と指摘した。

### (3) 予算確保の限界

(2)のように、事業の方向性が変わっていく中で、ショールームや展示場の賃料が主な運営資金である「OZONE」と「ハウスクエア横浜」の事例から、出資会社からの委託費用の減少、賃料収入・利用者の限界により、施設としても自立できるような仕組みを作らなければならないという課題に直面していることが確認できる。実際、「OZONE」と「ハウスクエア横浜」は、収入確保のために、ニーズの発掘とそれに合致したイベント企画の開催、新たな顧客を集めるためにペット関連情報提供とドッグランなどの整備を行っている。一方、「ハウスクエア横浜」が、収入確保のために設置した「新築・リフォーム相談室」は、「ハウスクエア横浜」の出展者を紹介し、契約が成功する場合、紹介業者から成功報酬をもらう仕組みである。特定の業者を紹介することによる、情報の公平性の問題、欠落する情報の発生可能性が疑われる。

## 2.4 小結

地方公共団体による住情報支援は、公共が持つ信頼性や中立性に基づいて、主に中低所得者を対象に、住まいづくりに必要な基礎知識や住教育的な情報を提供する機能を果たしていることが確認できる。しかし、住み継ぎの観点からみると、公的立場としての助言や情報しか提供できないため、既存住宅を購入したり、リフォームを行う上で生じる個々のニーズや問題に対応しきれない限界があることが明らかとなった。

民間と公共+民間による住情報支援は、民間の企業ブランド力を基礎とした信頼性に基づいて、ある程度の経済階層を対象にしていることが確認できた。支援内容も、単なる情報提供ではなく、ソリューション型の支援を行い、個々の住み継ぎのニーズに直接対応していることが明らかとなった。一方、中低所得者向けの情報を提供する観点からみると、より公平な情報提供で、リスクの低

表 12 抱えている課題

事業の公平・公正性に対する信頼と認知度	<ul style="list-style-type: none"> <li>●(無料セミナーについて) お客様の声によると、タダほど怖いものは無い、ちゃんとお金を取っているものの方が公平だと言う人もいる。今どうしようかと考えている。タダのものほど後から何か売りがつけられるのではないかと意識の人もいる(OZONE)。</li> <li>●何で株式会社でそんなことをやるんですか、何か途中で不安を思うところも当然ありになって、「中略」本来の形に戻して、やっていることは非常に公的なことなので、じゃ、一般財団にして、財団を作って運営はそちらでやりましょとやったのが、一般財団法人住まいづくりナビセンターになります(住まいづくりナビセンター)。</li> <li>●今、抱えている問題というのは、15年くらいにわたって大規模なイベントと色々なことをしていたので、住まいの情報とかお客様に対する問題解決をしているという認知度が極めて低いということ。ここは、コンラッシュアップがあるところ、楽しいイベントをやっているアミューズメント施設みたいな印象が強くて、そろそろマンションリフォームしたいな、とか家を建てたい時にここに来ない(OZONE)。</li> <li>●指摘のように知名度が低い面がありますので、広く知って頂くことが大切だと考えております。但し、単に施設の名が知られるというよりも、「住まいのことを考え始めたらまずは住まいのナビゲーターに相談する」ということの認知度を高めたいというのが本質にあります(住まいづくりナビセンター)。</li> </ul>
事業の方向性、主旨の変化への対応における問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2005年までは(東京ガスの)広報セクションだったが、2006年から営業セクションに変わった。子会社はなかなか難しいもので、広報セクションの時はあくまで広報活動、社会貢献活動なので儲けてはいけなかった。なので、東京ガスからもらったお金を全部使い切る、役所の予算のようなもの。しかし、営業セクションになった瞬間に儲けなさいと。儲けてはいけないうところから儲けなさいとなったので、社員のマインドが今だに変わりがいない。もう7年も経っているが、そこが今一番大変なところ。儲けなさいといっても、営利を追求ではなく、ちゃんと企業として健全な経営が出来るようにしなさいということ(OZONE)。</li> <li>●当時は、横浜市の色、行政的な色というのがあって。いろんな出資会社がたくさんあった関係で、割と中立的な住まいに関する情報を発信しているという性格でやっていた。「中略」今は組織が変わって、株式会社のお金で稼がないと、どう方向にかならずシフトした。行政との関係は以前ほど強くない。他団体との連携は株主の東急不動産とか東京急行電鉄とかとのつながりが非常に密接にはなりませんが、他の団体では連携というところまではいっていないと思う。「中略」以前は横浜市の19番目の区役所的な位置づけでもあったのですが、今は株式会社というのがある。利潤を追求せざるを得ない。先程の紹介料(新築・リフォーム相談室)のお話も、ここは賃貸業では先が見えてますし収入を増やすことは難しいという中で、他にお金を増やせるものはないかという中で生まれてきたもの。どんな普通の会社化している感じ(ハウスクエア横浜)。</li> </ul>
委託費用の限界	<ul style="list-style-type: none"> <li>●健全なのですが、東京ガスさんからの支援が割合が大きいのので、その割合が時代によって変わってくると会社として自立できないので、自立できるような仕組みづくりをしていかなければならない。オープン当時は東京ガスの相当なバックアップがあり、イベントも出来るし、研究をテーマとした展示会も出来た。テナント賃料がどんどん下がって、テナント出入りが激しくなると、その分色々な活動が制限されてしまうようになった(OZONE)。</li> </ul>
予算確保の限界	<ul style="list-style-type: none"> <li>●テナント賃料が、当初坪7万円くらいだったが、今坪3万5千円くらいで、実勢価格は坪2万3千円くらい。そういう意味で、OZONEはプレミアムで借りていただいている価値は借り手の方に認識していただいているが、市場は賃料が下がってきているので、同じ床面積を持っていても収入は減る。(OZONE)</li> <li>●(開館当初)3階は半分ずつとまるまる空いていたりとしたのを覚えている。当初からテナント入居者募集には非常に苦労していたというのが実情です。「中略」(今も)1番大きな課題は空いている区画を埋めざるを得ないという。後は、以前はなんとなく1階は新築で2階はリフォームという色分けがあったのですがそれが崩れてきている。「中略」(新築・リフォーム相談室)最終的に収益を得る手段のひとつとして今やっている(ハウスクエア横浜)。</li> </ul>
利用者の限界	<ul style="list-style-type: none"> <li>●利用者が多くはないです。そもそも来館者自体がそんなに多くはないですね。「中略」微々たるお金だといえ、お金がかかること、家族全員が行かないといけないこととか、こちらが求めているハードルの高さ・・・(住まいづくりナビセンター)</li> <li>●(来館者の範囲)以前は神奈川県全域とは言わないが、神奈川県、東京の一部からも来場があった。今は横浜・川崎くらいがメインになっている。「中略」セミナーですと平均は20人くらい参加しています。前はもっと多かった。ハウスクエアが出来た時は60人、70人くらい。ネットが普及してきて、サービスが出てきていますから数は減ってきてしまいました(ハウスクエア横浜)。</li> </ul>

いものをどう選択するかを示すことが有効であり、民間による方法が必ずしも適合しているとは言えない。また、予算の確保が難しくなると、必然的に公益性が弱くなり、事業性が強くなるらざるを得ないことも確認できた。

このように、公共と民間による住情報支援の対象や内容、住み継ぎニーズへの対応がそれぞれ異なり、住情報支援の現場では、公共と民間の役割や関係が不明瞭なまま、情報の公平性の問題や欠落する情報問題が生じていることも確認された。今後、住情報支援における公共と民間の役割分担と連携を考慮しつつ、住情報支援の体制を構築することが望ましいと考えられる。そこで3章では、住情報支援のあり方を探る第一歩として、住情報支援における公共と民間の役割や関係について検討を行う。

## 3. 住情報支援における公共と民間の役割や関係に関する検討

### 3.1 ワークショップとヒアリング調査の概要

公共は、〇〇センターの名称で、相談、情報提供、普及・啓発を行う公的な住情報センターを、民間は、住情報を扱う先進的な取り組みを行う民間事業者を取り上げる。表 13 に、ワークショップの概要を、表 14 に、ワークショップ参加者の属性を示す。ワークショップの中で、3 人の委員 (a~c) は、民間事業者として位置づけられる。1 部では、委員会の委員による住み継ぎ・住情報支援に関わる活動内容と課題に関する提言を、2 部では、1 部の提言をもとに、委員会の委員、大阪市・京都市・大阪市における住情報センター関係者が、住情報支援における公的な住情報センターと民間事業者の役割とその関係について意見交換を行った。さらに、ワークショップの直後に、京都市京安心すまいセンターのセンター長 (e) へのヒアリングを行い、ワークショップからの議論を踏まえた、公的な住情報センターの役割について、追加の調査を行った。

表 13 ワークショップの概要

日付	2014年9月5日(金)9時30分~12時
場所	京都市「京安心すまいセンター」
プログラム	1部 委員会の委員による提言 <提言者>委員3名(委員会の委員3名(a,b,c)) <内容>住み継ぎ・住情報支援と関連して、各自で行っている活動内容や課題、意見などを発表
	2部 意見交換 <参加者>委員会の委員4名(a~d)、大阪市・京都市・大阪市における住情報センター関係者17名(e~u) <内容>1部の提言をもとに、住情報支援における公的な住情報センターと民間事業者の役割とその関係について意見を聞く
ワークショップの様子	

表 14 ワークショップ参加者の基本情報

記号	所属・役職	記号	所属・役職
a	設計事務所株式会社オープン・エーの代表、不動産仲介会社 R 不動産株式会社の運営・制作ディレクター	i	京都市景観・まちづくりセンター係員
		h	大阪市立住まい情報センター所長
b	NPO 法人京都マンション管理評価機構事務局長	k	神戸市すまいの安心支援センター支援課長
		l	神戸市すまいの安心支援センター企画係長
c	NPO 法人住宅長期保証支援センター専務理事、一般社団法人住まい評価推進機構理事	m	神戸市すまいの安心支援センター係員
		n	京都市供給公社総務部長
d	京都大学大学院教授	o	京都市供給公社総務課長
e	京都市京安心すまいセンターセンター長	p	京都市供給公社総務係長
f	京都市京安心すまいセンター安すま事業係長	q	京都市住宅政策課企画担当課長
g	京都市京安心すまいセンター耐震・エコ企画担当係長	r	京都市住宅政策課課長補佐
		s	京都市建築安全推進課課長
t	京都市都市総務課課長		
h	京都市景観・まちづくりセンター 次長	u	大阪教育大学教授

### 3.2 ワークショップとヒアリング調査の結果

#### 1) 委員会の委員による住み継ぎ・住情報支援に関わる活動内容と課題の提言

まず、委員の活動内容をまとめると、以下のようである。東京で設計事務所と不動産仲介ウェブサイト運営に関わっている (a) は、建築設計を軸に、メディアや不動産などを横断しながら活動している。事業のメインターゲットは、30 代~40 代で、情報提供ツールは、主にインターネットホームページである。最近では、住み継ぎの

新しいフェーズとして、自分の空間を自分で作るニーズが増えていることに注目し、自分で改装し空間を編集することをサポートするウェブサイト「toolbox」を開設・運営し始めている。

(b) が関わっている NPO 法人京都マンション管理評価機構は、マンションの管理を客観的に評価し、評価指標と併せてその情報を発信する団体である。「管理をきちんとしているマンションは、使用価値が高い」という仮説を前提としており、活動内容について次の 4 点を言及した。①第三者としてマンションの管理情報を客観的に評価し、その評価の項目と基準を全て公開する。②評価を発信する、③管理組合の活動を支援する・交流する、④まちづくりに資する。

(c) は、2002 年に、今後の住宅市場は「リフォームと既存住宅流通」がキーワードになると共通認識を持った工務店と NPO 住宅長期保証支援センターを設立し、次のような活動を行っている。①住宅履歴情報を預かり、その住宅の点検をサポート (登録住宅いえかるて)、②住宅検のアフターメンテナンス&点検の人材育成 (診断士講習会と情報発信)、③消費者啓発 (地元の自治会・婦人会への出前講座、「住まいのお手入れ」パンフレットや「点検チェックリスト」の作成等)。また、主に耐震工事を行う工務店と協働で、コミュニケーションツール「住まいひょうか君®」注 8) を開発し、現在は、一般社団法人住まい評価推進機構により、普及に向けた活動を行っている。

次は表 15 に、事業展開における課題に該当する内容を示す。個人や小規模の企業が安心して取り組める社会インフラの構築や多様な情報媒体の確保が必要であること (a、c)、取り組みに対する認知度が低く (b)、消費者と事業者における住情報の重要性の認識が低いこと (c) を指摘し、行政の情報発信力を求める意見もあった (b、c)。

表 15 事業展開における課題

小さな個人・企業が安心して取り組めるための社会インフラの構築	国としては大企業に集約してシンプルに物事を進めたいという動きをひしひしと感じるが、それだけで日本の文化、生活の質が高まるかという、僕は多様性を大切にしたいので、小さな個人・企業が安心して取り組める社会インフラ、ファイナンス、評価制度が整うことを理想としている。こうやってそれぞれ起こってまはるので、どのように繋げていけるかが課題。それが第 3 フェーズなのかもしれない (a)。
多様な情報媒体の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>• メインターゲットが 30・40 代が多く、次に 20 代という感じ。50・60 代には届いていないのは確か。情報の発信の仕方によって、インターネットジェネレーションがメインになっている。逆にスマホ対応のサイトを作っていないので、20 代のスマホ世代を取り落としてしまっている。「中略」もっと上の世代に対して情報発信出来るのか? という興味はあるが具体的には見つかったくない状況 (a)。</li> <li>• エンドユーザーに対しても、注文住宅の年代層は年齢層が上。今後、中古住宅の流通や空き家に関して情報発信していく上では、紙からメディアまで幅広く考えなければならないといけなく痛感している (c)。</li> </ul>
低い認知度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 正直なところなかなかブレイクしない。私たちは NPO をつくり、活動を展開し、市場でタッグを組むことにより管理を向上させていこうという手法を導入した。しかし、なかなか知れ渡らず、クレームも来ない状態なので見えていない。必要とされる状態をどのように育てるのか、民間寄りか公寄りか決まらねているところ (b)。</li> </ul>
消費者と事業者の認識	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自分の家のことを認識している消費者の方が少ないので、公的な所から情報発信をして頂きたい (b) / I 戸建てはあなたがイニシアティブをとって、決めるものだ]それを言っている工務店は会員の中でも 1 割いない、5%くらい。完全に履歴を入れて点検したものを回転させている。それが出来る事業者はまだ少ない。「中略」行政の積極的な行動が無ければ無理なのではと思う (c)。</li> </ul>

#### 2) 住情報支援における公共と民間の役割やその関係

表 16 と表 17 に、ワークショップとヒアリングから得られた、住情報支援における公的な住情報センターと民間事業者の役割とその関係についての意見を示す。

(1) (a) (b) (c)の意見にみる民間事業者の役割

(a)は、民間だからそこできるとできる実験的な取り組みを行いながら、そこで出てきた問題意識や最先端の現場の課題をパブリックセクターにフィードバックする、そしてオピニオン層を対象にした情報発信を行い、市場でイノベーションを起こす役割について言及した。(b)は、ストックの新しい基準を構築すること、特に、良いものを積極的に評価し、その情報を発信していく役割を果たしていると言及した。(c)は、公共の住情報センター、消費者団体、環境団体等、住み継ぎと関連する様々な団体と連携し、横串を刺す役割をしていきたいと言及した。

(2) (e)～(u)の意見にみる公的住情報センターの役割

全市民を対象にした支援を行うこと (e)、住まいに対する新しい価値やストックの価値が共有できるトレンドを作っていくこと (e)、ストックの新しい価値を魅力発信していくこと (e、l、k)、住まい、地域、土地などの様々な情報を集約・発信すること (r)、消費者を育て、リテラシーや理解力を付けること (e、h)、住み継ぎと関

連する様々な団体を連携し、その活動の拠点になるプラットフォームをつくること (e、h) 等を言及した。

4. 結論

4.1 住情報支援の現状の課題

公共、民間、公共+民間による住情報支援の現状と課題を把握し、次のようなことを明らかにした。

まず公共による住情報支援は、主に中低所得者を対象に、居住支援的な情報提供や住まいづくりに必要な基礎知識を提供する機能を果たしていることが確認できた。一方、住み継ぎの観点からみると、既存住宅を購入したり、リフォームを行う人に対する情報提供や支援が十分とは言えない状況であり、公的な立場から個々のニーズに対応できないという支援の限界があることが明らかとなった。また、相談内容が多様化、高度化することによって、相談員のスキルアップや情報の質の担保が一層重要となっていることが確認できた。さらに、近年、インターネットの普及、民間の類似の相談窓口・施設等が増加する中で、住情報支援における公共の役割や位置づけの整理が求められていることが確認された。

次に、民間と公共+民間は、ある程度経済力を持つ層を対象に、情報提供だけではなく、個人の意思決定を支援する具体的な検討を行っていることが確認できた。住み継ぎのニーズに対しては、スペシャリストを配置し、個人のニーズや問題に具体的に対応するプログラムを実施していることが確認できた。このような支援体制は、住要求も高く、具体的なニーズを持っている住まい手に対しては、プラス機能を果たしているが、住み継ぎの潜在的なニーズを発掘したり、より幅広い住まい手を対象にする住情報支援の観点からみると、必ずしも適合しているとは言えない。また、社会構造が変化している中で、ビジネスの余剰分を公益的な取り組みに投資するスタイルに限界が生じ、徐々に公益性より事業性が強調されていることが明らかとなった。

4.2 住み継ぎの実現に向けた住情報支援における公共と民間の役割や関係

公共は、全市民を対象に、ストックの価値が共有できる新しいトレンドづくり、住み継ぎに必要な情報の集約・発信、賢い消費者の育成、プラットフォームづくりを、民間は、ストックの新しい評価基準を構築し、少数のオピニオン層に向けた情報発信、民間発想による新しい住み継ぎのあり方の模索等を、住み継ぎの実現におけるそれぞれの役割として認識していることが明らかとなった。つまり、住み継ぎという住まい方が定着していない今日、公共が、国民の社会教育として、潜在した住み継ぎニーズを掘り起こし、様々な住情報支援主体の活動拠点や連携のプラットフォームづくりの役割を果たすと見え、民間

表 16 住情報支援における民間の役割

(a) 民間発想による新しい住み継ぎのあり方を模索	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間発想で新しいデザインを助長するような情報発信、ウェブサイトや WS のようなイベントなど参加のきっかけを作ることを意識して、時にはパブリックセクターと組みながら、新しい住み継ぎのあり方を模索しているところ。</li> <li>R 不動産、toolbox をしており、あえて民間側に立つ。価値基準を整えると同時に、新しいデザイン、アイデアのストックを供給することによって、感性のレベルを上げる。また、新しいことに挑戦する中で、法律の不備やファイナンスの穴も見つけたり、国交省に意見している。意見は随分聞いてくれて、改正されるものも。僕らは、実験の中で色々なことをして問題を顕在化する立場。そこで出てきた問題意識や最先端の現場の課題をパブリックセクターにフィードバックし、ルールや金融、施工者の保護など、還元されていくような流れを作っていくと良い。</li> <li>そういう意味では、民間だからそこ出ている。全方位性は捨てて、オピニオン層にだけ情報発信、ボトムアップというよりも特殊な所を引っ張る戦略。</li> </ul>
(b) ストックの新しい評価基準の構築	<p>どのような項目で評価するのかについては議論があった。例えば、新耐震・旧耐震はどうか？ 悪い情報については公開するか？ NPO として加算評価、良いものを積極的に評価するというところからスタートした。行政の支援が必要であるようなネガティブな物はむしろ民間ですべき物ではないという考え、良いものを発信、ホワイトリストを作る。その結果、ブラックリストが浮き彫りになる。我々は NPO としてスタートしたが、市場を機能させるための一般情報と捉えられるならば、むしろ公共セクターが実施してもいいのではと考える。極端な話、京安心すまいセンターさんがしてもいいのではとも思う。実施する主体については、1 組織が一元的に取り扱う必要はないと考える。</p>
(c) 関連団体との横串を刺す役割	<p>住情報のセンターとは連携しているが、今後 NPO として消費者団体や環境団体とも連携していきたいと考え、顔を出すようにしている。横串を刺す、第三セクター的なところが必要。今後とも、横串を刺すような活動をしていきたい。</p>

表 17 住情報支援における公共の役割

ストックの価値共有・新しい風土づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>(a)の話は、ターゲットを絞って、実践をしているという話。それは、民間だから。それを裏返して言うと、公的機関は、やはり全範囲の人を支援しないといけない話。(e)。</li> <li>住まいに対して新しい価値を付けていく、それを価値だと共有できる、価値の共有。そんなことで、こんなベクトルがあるよと言うことも、センターの役割ではないか (e)。</li> <li>今までの風土は、フローの風土。新築物件が良くて、中古は、あまり良くない。色々新築が良いねみたいな。そこから中古良いね、という風に変えていく (e)。</li> <li>(リフォームや耐震等の助成制度の利用)そこまで至るまで、既存の建物って良いね、面白いねという風にしていくトレンドを作っていくのが、やはりスクールであったり、相談であったり、情報発信かな (e)。</li> </ul>
魅力発信型の情報発信	<p>我々は行政施策を PR する窓口として、耐震改修やマンションの管理に関する情報も発信しているが、消費者に届けるためには中古住宅のネガティブ部分の情報をマイナスからゼロに戻すだけではなく、(a)のお話にあったように、現状の価値だけではなくリノベーションした後の +α の価値を見えるようにしなければならないかなと思う (k)。</p> <p>すまいるネットのこれからは考えていく立場にならないかと思っている。これまで課題解決型だったが魅力発信型にしていかないと (l)。</p>
情報の集約・発信	<p>住情報の一元化も重要なものでは、住まいの情報、地域の情報、土地の情報が公開はされているが集約できず、エンドユーザーに伝えるところまで行けていない。京安心すまいセンターとして拡充していきたい (r)。</p>
賢い消費者の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>なので、見抜く力を消費者、あるいは市民に付けてもらうことが、我々の役割の一つかなと思う。賢い消費者を育て、リテラシーや理解力を付けること (e)。</li> <li>(マンションに住んでいる方のリテラシーをどう上げるか、セミナーなどで発信している (h))。</li> </ul>
プラットフォームづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>縦系があって、これがリノベーションの (a) がやっている事業、これは (b) がやっている事業、(c) がやっている事業、縦系がいっぱいあるよね。それを我々が横糸で繋いでいて、布になる。それが我々の役割ではないか。我々は最先端の情報を持っているのではない。それは、むしろ民間とか NPO とかは、特化された部分で、最先端のものをやっている。センターが、こっち (民間) より、市民から遠い。それは、一つの問題であって、我々は、市民に近づいてきてもらう (e)。</li> <li>やはりプラットフォームづくりが必要ではないか。で、活動拠点とプラットフォームというのは、同じものだと思うけど、それがまずは情報の集約するものになってしまう、それを越えた活動も取り組みも一緒にコラボレーションできるものになれば (e)。</li> </ul>

は、顕在化した個々の住み継ぎニーズに対応して、個人の問題解決に向けた具体的なサービスを提供する役割をしていると言える。

#### 4.3 考察

市場活性化を通じたストック型社会への移行を目指すには、住情報支援を住み継ぎという観点から位置づけ、自立した賢い消費者の育成に視点を置く必要があると考えられる。しかし現状は、公共による住情報支援は、消費者保護や居住支援的な性格が強く、住宅政策における位置づけも不明瞭である。一方、民間では、高所得で住要求の高い消費者をターゲットに、個人の住み継ぎニーズに対応した住情報支援を行っており、ビジネスとしても成り立っている。ところが、その提供する情報が必ずしも公平で信頼性が高いとは言えない状況にあり、場合によっては、業者選びに対する情報、住教育的な側面をもつ情報のように、民間では提供しにくい情報もある。このように、民間が提供しにくい情報の提供、そして消費者のリテラシー育成において公共が果たすべき役割は極めて重要である。従って、今後、住宅政策における住み継ぎの観点からの住情報支援の位置づけを明確し、公共と民間の役割分担を配慮しながら、官民の連携・協力による住情報支援体制の構築を進めることが望ましいと考えられる。

#### <注>

- 注1) 文献7)における住情報の定義を引用。  
注2) 民間は、一般の営利企業の他にNPOも含まれるものとする。  
注3) 本研究では、地方公共団体による住情報支援の現状を把握するために、まず47都道府県、20政令指定都市のホームページから、住まいに関する相談やセミナー・イベント等を行う住情報支援窓口・施設(以下、窓口・施設)の設置有無を調査した。窓口・施設の基本条件は、常時支援ができるように「常設窓口である」、「専任のスタッフ又は相談員がいる」とした。その結果、この二つの条件を充足する窓口・施設を設けている地方公共団体は、47都道府県の内7ヶ所(山形県、兵庫県、福岡県、群馬県、大阪府、山口県、宮崎県)、20政令指定都市の内8ヶ所(千葉市、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、北九州市、福岡市)のみであることが確認できた。次に、この結果を踏まえ、20政令指定都市における住まいの相談窓口について調査した「平成25年度大都市建設・住宅企業庶務担当者会議の配布資料」と、地方公共団体の住まいに関する情報・相談窓口を調査した「住まいに関する情報・相談窓口事例、大阪市の内部資料、平成24年」を参考に、7ヶ所の地方公共団体を調査対象として選定した。  
注4) 京都市の京安心すまいセンターは、2013年4月「京都市すまい体験館」から「京安心すまいセンター」としてリニューアルオープンした。住まいに関する相談対応・普及啓発・情報提供などを行う、京都市市民の「すまいのワンストップ総合窓口」であり、現在、京都市住宅供給公社が企画・運営している。主査は、2013年4月から京安心すまいセンターの非常勤をしており、調査内容の客観性を確保するため、京安心すまいセンターを調査対象から外した。  
注5) 調査事例は、表3の写真のように、ある施設の一部に相談カウンターを置いている形態と、相談カウンターを含めてライブラリー、セミナー室、展示スペース等を設けている形態がある。本研究では、前者を窓口、後者を施設として扱う。

- 注6) セミナー、講座のテーマは、子ども向けの住教育、住まいの基礎知識、暮らしのデザイン、歴史・住文化・まちづくり、耐震、マンション等、多岐にわたる。最近では、DIY、リノベーション、中古住宅、シェア住宅などをテーマとしたセミナーやワークショップを開催し、新しい住まい方の提案やそれに必要な知識情報の提供を始めている。例えば、次のようなセミナー・イベントが挙げられる(神戸市すまいの安心支援センターと大阪市立住まい情報センターのHPから検索)。  
①神戸市:「トラブルのない中古住宅」、「リフォームでトラブルに遭わないために」、「すまいの改善DIY」、「シェアハウスの暮らし〜共に住もう〜」、「文化住宅のリノベーション“考”〜この家、この街に住み続ける」、②大阪市:「リノベーション住宅って?シェア住宅って?自分らしい、おしゃれな暮らし、はじまっています」、「リノベーション住宅見学会」、「中古住宅を賢く買って、楽しくリフォーム!暮らしエンジョイ!!」、「中古住宅の購入をお考えの方!!〜住まいの安心安全と家計の安心安全について学ぼう」、「中古住宅購入の手引き3回連続講座」  
注7) 実際に、横浜市建築局住宅政策課へのヒアリングから、次のような過去のトラブルに関する事例が言及された。  
“ハウスマスクエア横浜のスタッフというものが、実際、このNPOを、業務上は、兼任している。役割がはっきり分けているより、何人かが兼任をしている形”  
“過去に、横浜市から区役所に来た方をここ(ハウスマスクエア横浜)を紹介しました。ここにいる方が区切りを混同してしまって、結果的に建築の業者紹介をしていた。その時に、その方は、横浜市から紹介を受けたと、思ってしまった、大きなトラブルではないが、やはりそういう区分けを問題が出来てしまったので・・・”  
注8) 「住まいひょうか君<sup>®</sup>」は、工務店側からお客さんとのコミュニケーションが難しい、それがリフォームトラブルの原因になっていると指摘があったことから開発をスタートしている。住宅事業者と消費者の間のコミュニケーションを円滑にし、消費者側には、住宅の総合的な検討に関するきっかけづくりを主な目的にしている。耐震、劣化、省エネ、バリアフリー、防災・防犯の性能に対して、それぞれ20~24程度のチェック項目を作り、0.5点、1点、2点と重要度に応じてつけ、合計点で5段階評価を行うチェックリストである。

#### <参考文献>

- 1) 趙賢株、高田光雄:既存住宅購入者の住情報入手行動と入手住情報及び利用情報源に対する評価 - 大阪府の既存住宅購入者を対象にした調査結果を通じて -、日本建築学会計画系論文集 第79巻 第700号、pp.1391-1399、2014.6
- 2) 趙賢株、高田光雄:住宅購入者の住宅需要特性と既存住宅流通の阻害要因に関する研究-大阪府の住宅購入者を対象とした調査結果を通じて-、日本建築学会計画系論文集 第78巻 第690号、pp.1817-1825、2013.8
- 3) 金川久子、田中勝、三宅醇:住宅取得における住情報の入手実態とその評価 - 住み手の住宅選択を支援する住情報の整備に関する研究 その1 -、日本建築学会計画系論文集、pp.279-286、2003.2
- 4) 久保加津代:生涯学習の視点からみた企業の発信する住情報、日本建築学会学術講演梗概集(北陸)、pp1213~1214、2002.8
- 5) 小林文香、妹尾理子:住まいづくりに取り組む生活者が求める住情報に関する研究 - 住まいづくり経験者に対する聞き取り調査から -、日本建築学会学術講演梗概集(北陸)、pp.1211~1212、2002.8
- 6) 池永ひろみ:住宅購入時における購入者と事業者の情報交流に関する一考察、平成17年度日本建築学会近畿支部研究報告集、pp.689-692、2005
- 7) (財)ベターリビング:住情報提供体制に関する検討業務報告書、1989.3
- 8) (財)ベターリビング:住情報提供体制の整備に関する研究報告書、1990.3
- 9) (財)ベターリビング:住情報提供体制の整備に関する研究報告書、1991.3
- 10) 田中勝、金川久子、久保加津代:自治体住宅政策における住情報サービスの現状と課題、日本建築学会技術報告集代10号、pp.275~280、2000.6